

ABSTRAKSI

Pameran adalah kegiatan yang mempertemukan penjual dan pembeli serta pihak terkait lainnya secara bersama-sama untuk melihat dan/atau menjual produk, jasa serta sumberdaya lainnya dalam industri tertentu ataupun kepada khalayak umum, yang bisa terjadwal secara tersendiri ataupun bersamaan penyelenggaraannya dengan kegiatan lain, salah satu strategi promosi yang sering digunakan para pengusaha untuk mengenalkan produk mereka adalah dengan mengikuti pameran.

Penelitian ini menganalisis kualitas layanan yang dibagi menjadi tiga jenis kualitas yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil di pameran berdasarkan persepsi peserta pameran *Indonesia International Motor Show* (IIMS) di Jakarta serta menambahkan unsur keadilan interaksional dalam memoderasi hubungan antara kualitas layanan secara keseluruhan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan jumlah responden sebanyak 105 orang.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas interaksi tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan keseluruhan, kualitas lingkungan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan keseluruhan, kualitas hasil berpengaruh terhadap kualitas pelayanan keseluruhan, kualitas pelayanan keseluruhan berpengaruh terhadap loyalitas dan keadilan interaksional tidak memoderasi hubungan antara kualitas layanan keseluruhan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas Layanan, Keadilan Interaksi, Loyalitas Pelanggan.